

**JURNAL PENELITIAN**

“OPSI LAIN”

(Video Dokumenter mengenai Fenomena Media Alternatif Sebagai Penyikapan Terhadap Konglomerasi Media di Solo dan Jogja)



Disusun Oleh:

IVAN DHIMAS EKA SETYA NUGRAHA

D0212055

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2017**

## **OPSI LAIN**

### **(Video Dokumenter mengenai Fenomena Media Alternatif Sebagai Penyikapan Terhadap Konglomerasi Media di Solo dan Jogja)**

**Chatarina Heny Dwi Surwati**

**Ivan Dhimas Eka Setya Nugraha**

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

#### ***Abstract***

*The abide of mass media in Indonesia is undergo in complex problems. The phenomenon of conglomeration in Indonesia has entered a distressing phase in its practice. Cliche content, low educational value, and information covered with such enormous manipulative control, overwhelm the condition of the media around us. Conditions broadcasting commission and the supervisory board are not insistent in the form of its function as a state apparatus, just exacerbate the existing atmosphere.*

*In political competition for example, the media has now become the most powerful and very popular weapon in use. The branches of corporate media control have become a frenzy. There are only 12 media conglomerates who dominate hundreds of media companies in Indonesia.*

*Alternative media, a media subculture was emerged as a new refresher. The spirit of resistance and independence that is still quite thick can be another option to enjoying the media in other ways. WARNING MAGZ and Radio Book Jogja as an example of alternative media that excist in Yogyakarta do and manage information which not public get in other media with music and literature topic*

*How is the movement of these media in performing their activities? What are the things they believe in? Until finally create its own media? And what other movements are in it*

Category: Media, Komunikasi Massa, Media Alternatif

## Pendahuluan

Media, sebagai salah satu sarana dari penyalur informasi memiliki andil penting dalam terjadinya perubahan sosial. Era kebebasan pers yang telah lewat menimbulkan budaya baru, kepemilikan media yang saat ini mulai dimiliki oleh perseorangan pun juga menimbulkan budaya baru dalam media massa.

Konglomerasi media, budaya baru media massa ini di Indonesia semakin mengalami kemajuan. Permasalahan konglomerasi ini terlebih juga dapat mengakibatkan ketidakimbangan media dalam melakukan pemberitaannya. Banyak media yang berpihak kepada pemilik perusahaannya dan mengabaikan sisi informatif dan edukatif dari apa yang ia tampilkan. Masalah bobot dan faedah dari informasi ini sekarang bisa lebih kita pertanyakan lagi apakah masih layak konsumsi atau tidak?<sup>1</sup>

Kebebasan pers seakan-akan dimiliki, berpihak dan mengarah pada kepentingan ekspansi dan akumulasi modal saja.<sup>2</sup> Tekanan pasar pun juga bisa menjadi alasan kebebasan pers sesuai dengan pemilik modal ini terus berkembang. Alasan ekonomis menjadi faktor yang kuat bagaimana media-media yang ada di Indonesia ini akhirnya menyeragamkan konten mereka mulai dari berita hingga informasi-informasi ringan.

Kepemilikan perusahaan media yang semakin sempit, tercatat dari data dewan pers nasional Indonesia. Dari sekitar 1836 perusahaan media yang tercatat pada periode tahun 2016 hanya terdapat 13 perusahaan atau penguasa media yang memonopoli. Media-media ini terkonsentrasi dan membentuk apa yang disebut dengan konglomerasi media<sup>3</sup>

Konglomerasi media ini juga bukan terus berhenti pada ranah nasional saja. Media-media lokal pun kini ikut menjadi peserta dari lomba

---

<sup>1</sup> Siregar, A. E., & dkk. (2010). Potret Manajemen Media di Indonesia. Yogyakarta: Total Media.hlm 183

<sup>2</sup> Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.hlm. 193

<sup>3</sup> Lim, M. (2012). The league of thirteen . *Media Concentration in Indonesia*, 5.

fenomena konglomerasi media ini. Solo dan Jogja, rumpun Jawa bekas kerajaan mataram ini menjadi salah satu yang memiliki perusahaan-perusahaan media yang cukup banyak di ranah Jawa. Panjangnya tangan konglomerasi media yang hingga mencapai ranah lokal seperti Jogja dan Solo ini menjadikannya sebagai sebuah fenomena tersendiri.

Mereka yang tidak puas dan tidak senang dengan keadaan yang ada itu tidak dapat dipersalahkan ketika harus menyimpang karena muak. Rasa tidak puas dan kegusaran berakhir menjadi sebuah pencarian untuk alternatif baru yang sekiranya dapat memuaskan hasrat beberapa orang untuk memiliki medianya sendiri.

Media alternatif dengan semangat kemandirian akhirnya tumbuh dari sisi bawah tanah masyarakat. Para penikmat media ini bangkit dan menuntut kebebasan pers mereka sendiri. Media-media alternatif pun muncul dari berbagai bidang dan segmen masyarakat. Perlawanan atas konten media yang seragam melalui penciptaan media sendiri yang mampu menyalurkan kemauan mereka sendiri dari media yang tidak dapat memuaskan mereka menjadi alasan kenapa bentuk-bentuk media alternatif ini lahir.

Sebagaimana yang disampaikan pada UU Nomor 32 Tahun 2002 mengenai penyiaran bahwa, “kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui penyiaran sebagai perwujudan hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, dilaksanakan secara bertanggung jawab, selaras dan seimbang antara kebebasan dan kesetaraan menggunakan hak berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945” menjadi dasar bagaimana kebebasan seseorang itu untuk menikmati dan memiliki medianya sendiri.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran bagian Menimbang Poin A.

Para penikmat media ini bangkit dan menuntut kebebasan pers mereka sendiri. Media-media alternatif pun muncul dari berbagai bidang dan segmen masyarakat, mulai dari radio streaming seperti Radio Buku Jogja dan Radio Pamit Yang-yangan, Street Art seperti Anti-Tank Project dengan pamflet politik sosialnya, gerakan zine atau fanzine, hingga majalah, bulletin, dan portal online berbasis komunitas jg banyak muncul.

Para pelaku dan pembuat media mereka sendiri ini akhirnya menjadi sebuah hal yang menarik tersendiri dibalik terpaan media yang ada di sekitar mereka. Banyaknya pendapat dan bidang yang ditekuni oleh masing-masing pelaku dalam menyikapi konglomerasi ini akan menjadi hal yang diungkap. Mereka mulai dari mahasiswa, aktivis sosial, seniman, sastrawan dan pustakawan, serta penikmat musik ini memiliki alasan tersendiri kenapa mereka harus membuat mereka sendiri dan pesan apa yang sebenarnya ingin mereka mengenai media yang mereka ciptakan itu.

Berbagai latar belakang komunitas maupun pelaku media mulai dari mahasiswa, aktivis, maupun pustakawan ini menjadi menarik untuk diangkat. Pandangan mereka mengenai konglomerasi dan yang mendasari untuk membuat media mereka sendiri ini akan muncul sebagai statemen yang menarik. Adanya pandangan dari beberapa ahli baik itu pengamat media atau ahli media dan juga wartawan yang berkecimpung menjadi penyeimbang.

Adanya semangat para pelaku media alternatif untuk mengelola informasi ini nantinya akan menghadirkan sebuah subkultur baru. Subkultur media inilah yang dapat menjadi pilihan masyarakat dalam menentukan pilihan lain dalam menggunakan media informasi yang menurut mereka menarik. Kritik terhadap kondisi korporasi adalah penyebab yang diangkat dalam terbentuknya beberapa media alternatif yang ada ini.

## **Perumusan Masalah**

Pada film dokumenter kali ini rumusan masalahnya adalah:

“Bagaimana geliat media alternatif yang muncul melalui komunitas-komunitas maupun perseorangan yang muncul di Jogja dan Solo sebagai pilihan lain bagi masyarakat untuk mendapatkan/mengelola informasi sebagai akibat dari reaksi terhadap kondisi konglomerasi media yang terjadi di Indonesia?”

## **Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini adalah:

Menunjukkan kepada pemirsa mengenai penyikapan lain dari kondisi media yang ada di sekitar kita ini, yang salah satunya adalah dilakukan dengan cara membuat medianya sendiri sebagai pilihan lain untuk mendapatkan ataupun mengelola informasi sebagai akibat dari reaksi terhadap kondisi konglomerasi media yang terjadi di Indonesia.

## **Tinjauan Pustaka**

### **a. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa pada dasarnya adalah sebuah proses komunikasi yang dilakukan dengan khalayak dan melalui media massa.<sup>5</sup>

Komunikasi ini media adalah alat utama dalam proses terjadinya transaksi simbol, karena media sebagai alat utama maka kemampuan untuk mengubah atau mempengaruhi kehidupan manusia, Sebagai jenis komunikasi sosial yang melibatkan karakteristik khalayak yang khas, pengalaman komunikasi dan komunikator komunikasi massa adalah komunikasi yang selalu dilakukan secara bermedia.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Nurudin. (2004). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers. hlm 4

<sup>6</sup> Tubbs, S. L., & Moss, S. (1996). *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hlm 199

Menurut Laswell seorang ahli ilmu politik Amerika mengemukakan teori komunikasi massa ini prosesnya terjadi dari beberapa pertanyaan yaitu:<sup>7</sup>

- a. Siapa (Who), siapa pihak atau orang yang menjadi komunikator atau memberikan pesan?
- b. Berkata Apa (Says What), pesan apa yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan?
- c. Melalui Saluran Apa (In Which Channel), melalui media apakah pesan tersebut disampaikan?
- d. Kepada Siapa (To Whom), kepada siapa atau siapa komunikan dari penyampaian pesan tersebut atau disebut juga khalayak.
- e. Dengan Efek Apa (With What Effect), efek atau pengaruh apa yang terjadi dari pesan yang disampaikan oleh komunikator melalui media.

Dengan adanya formula Laswell tersebut maka kita akan dapat mengenai bagaimana sebuah komunikasi massa itu dapat memberikan efek terhadap komunikannya. Efek inilah yang nantinya akan menjadi lanjutan apakah media tersebut populer atau mendapatkan kritik dari khalayaknya.

Bentuk kritik dan tindakan yang terjadi ketika sebuah media tersebut atau informasi tidak diterima tersebut dalam istilahnya juga sering disebut sebagai kritik media atau bentuk dari hegemoni tandingan dari media karena tidak percaya atau menolak.<sup>8</sup>

## **b. Sejarah Media Massa Indonesia**

Bermula dari tahun yang tercatat yaitu, 1714 dengan terbitnya surat kabar *Bataviase Nouvelles* koran ini tercatat sebagai koran pertama yang

---

<sup>7</sup> Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. hlm 69-72

<sup>8</sup> Morrison. (2013). *Teori Komunikasi Massa: Dari Individu Hingga Massa`*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. hlm 542

terbit dan dikelola oleh pemerintah kolonial Belanda. Hingga kemudian pada tahun 1901 baru tumbuh lagi pers yang lahir dari golongan “pribumi”, dengan nama Warta Berita dengan bahasa Melayu dan daerah.<sup>9</sup>

Memasuki era 1950 yang saat itu dikenal dengan zaman liberal. TVRI menjadi media yang berfungsi sebagai corong pemerintahan dalam mengabarkan informasi. Fungsi pers yang tadinya liberal setelah memasuki era 1955 akhirnya terkekang dalam tajuk demokrasi terpimpin yang berkembang di era orde lama saat itu.

Memasuki era Orde Baru keadaan media dan pers semakin terkekang lagi. Pers berfungsi sebagai penjaga tegaknya rezim dan media menjadi apparatus negara yang memperkuat kedudukan penguasa. Media-media oposisi pada saat itu dibungkam dan dibredel distribusinya oleh pemerintah. Segala macam informasi dibuat berpihak korporatis negara dan bukan berpihak pada masyarakat.

Belenggu pers oleh pemerintah orde baru menemui titik terangnya ketika masa rezim Soeharto berakhir. Memasuki era Reformasi dengan munculnya UU No. 40 tahun 1999 dan UU No.32 Tahun 2002, mengenai kebebasan pers dan penyiaran menjadi tonggak awal berdirinya pers era reformasi dengan semangat kebebasannya yang demokratis.<sup>10</sup>

Dalam masa perubahannya yang mengalami 3 fase ini media juga mengalami permasalahan lainnya terkait dengan manajemen dan informasi yang dikelolanya. Pada tahun 1966 semenjak berdirinya KOMPAS dan Sinar Harapan, menjadi surat kabar yang tumbuh dan berkembang oleh partai politik yang mendukungnya. Bahkan 2 media ini setelah masa kesuksesan pendukungnya berkembang menjadi media nasional pertama

---

<sup>9</sup> Dr. Heri Budiarto, S. M. (2011). *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.hlm 43

<sup>10</sup> Muktiyo, D. W. (2014). *Dinamika Media Lokal Dalam Mengkonstruksi Realitas Budaya Lokal Sebagai Sebuah Komoditas*. Surakarta: UNS PRESS.hlm 5-6



yang diakui. Permasalahan inilah yang pada masa mendatang disebut sebagai konglomerasi media.

### c. **Kritik Media**

Konglomerasi media, dan semakin besarnya keinginan perusahaan media untuk mencari keuntungan terkadang memiliki pengaruh terhadap isi yang dibuat oleh media. Pergeseran fungsi iklan dan pemberitaan terjadi akibat adanya kepentingan politik yang menungganginya.<sup>11</sup>

Media cenderung berpihak kepada pemilik perusahaan dan hal ini membuat terjadinya ketidaknetralan pemberitaan yang dimuat. Dari 1836 perusahaan media yang tercatat pada web dewan media Indonesia, terdapat 12 perusahaan ataupun pengusaha yang memiliki saham dominan di dunia media baik itu berbentuk grup maupun kongsi kerja.<sup>12</sup>

MNC Grup, VIVA Group, Surya Citra Media (SCM) atau Elang Mahkota Teknologi (EMTEK), Media Group oleh Surya Paloh, Trans Corp Media yang dimiliki oleh Chairul Tanjung, Berita Satu Media Holding yang dimiliki oleh Lippo Grup, Kompas Gramedia Group yang dimiliki oleh Jacob Oetama, JAWAPOS GROUP yang dimiliki oleh Dahlan Ishkan, Femina group yang dimiliki oleh Pia Alisjahbana, MRA Media Group yang dimiliki oleh Soetikno Soedardjo, PT Tempo Inti Media, dan Mahaka Media Group yang dimiliki oleh Erick Tohir.

Ideologi dominan yang muncul di media dan sering diulang-ulang inilah yang pada akhirnya akan memunculkan keberadaan kelompok subkultur sebagai ajang protes. Kepercayaan akan media yang semakin memudar, akibat pengulangan informasi yang tidak diinginkan oleh masyarakat inilah yang menjadi penyebab gerakan subkultur ini muncul.

---

<sup>11</sup> Mursito, B. M. (2012). *Realtias Media*. Solo: Smart Media. hlm 5

<sup>12</sup> Agustin, U. (Sutradara). (2013). *Dibalik Frekuensi (Dokumenter)* [Gambar Hidup]. Dipetik November 23, 2016

#### **d. Media Alternatif**

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa, media alternatif muncul sebagai bentuk komunikasi massa yang dipandang menolak atau menentang politik yang mapan dan terlembagakan, mereka semua menyokong perubahan dalam masyarakat atau sekurang-kurangnya melakukan penilaian kritis terhadap nilai-nilai tradisional.<sup>13</sup>

Berbagai macam media alternatif yang ada sesuai dengan bidang dan temanya itu nanti akan menjadi tergolong sebagai media alternatif diikuti dengan berbagai segi yang mempengaruhinya, mulai dari cara produksi, penerbitannya, konten, distribusi dan siapa khalayak yang menikmatinya. Bentuk-bentuk ini akan menjadi pembeda yang signifikan dari media alternatif itu sendiri dengan media mainstream kebanyakan dan utamanya yang telah masuk dalam fenomena konglomerasi media.

#### **e. Media Alternatif di Solo dan Jogja**

Jogja dan Solo sebagai kota yang penting di Indonesia memiliki peran penting dalam perkembangannya menyebarkan bentuk kebudayaan di masyarakat. Begitupun dengan posisi media alternatif sebagai bentuk kebudayaan dua kota ini memiliki beberapa jenis media alternatif yang tumbuh dan berkembang. Mulai dari *street art* (*graffiti*, pamflet, mural), musik, *newsletter/zine*, radio komunitas, portal web dan lain sebagainya berbasis komunitas maupun perseorangan.

Dengan mengambil sampel yaitu adalah, *WARNING MAGZ* dan Radio Buku Jogja, sebagai dua kelompok dan pegiat yang membuat media alternatif, mereka memiliki semangat yang mereka percaya dalam membuat media alternatif. Selain itu, eksistensi dari pegiat-pegiat lain yang juga cukup tinggi membuat bagaimana reaksi dari kondisi media dengan subkultur media. Banyaknya komunitas-komunitas yang ada

---

<sup>13</sup> Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. hlm 195.

mewarnai dan menjadi ajang untuk berbagi antar lini pegiat dan publik terkait dengan informasi yang ada pada fenomena ini.

#### **f. Video Dokumenter**

Dokumenter merupakan salah satu produk audio visual berupa film yang menyajikan fakta dan gambaran mengenai realitas yang terjadi pada masyarakat. Sama halnya dengan berita atau laporan jurnalisisme lainnya, dokumenter juga memiliki nilai news value atau nilai berita berupa isu yang sedang berkembang di masyarakat.

Film dokumenter sebagai media komunikasi ini dalam penyajian hasil penelitian atau laporan jurnalisisme memiliki kelebihan tersendiri, yaitu adalah hasil laporan ini nantinya akan berupa sesuatu yang bukan hanya menceritakan (*to tell*) tapi juga menunjukkan (*to show*).<sup>14</sup>

### **Metodologi**

Pada film dokumenter yang dibuat ini, Menggunakan jenis dokumenter *expository*, film ini akan mengangkat tema mengenai permasalahan media massa kaitannya dengan konten media yang diintervensi oleh perusahaan dan pilihan lain berupa media alternatif yang muncul dibalik masalah tersebut. Narasi akan menjadi pendukung dari info-info yang disampaikan pada film ini. Berbagai pendapat masyarakat dan tokoh mulai dari wartawan, pemerintah, hingga cendekiawan akan menjadi pertimbangan informasi baru bagi penonton mengenai media alternatif dan permasalahan media yang dihadapi oleh masyarakat pada saat ini kaitannya dengan konglomerasi dan konvergensi.

Adanya Radio Buku dan *Warning Magazine* akan menjadi pengisi dalam film ini sebagai pelaku media alternatif ini. Cara kerja mereka yang berlaku sebagai pelaku media alternatif membuktikan bahwa dalam penyikapan masalah media yang ada di Indonesia ini dapat disikapi dengan cara yang lain yaitu, membuat medianya sendiri dan memberikan pilihan lain kepada masyarakat soal

---

<sup>14</sup> Effendy, H. (2002). *Mari Membuat Film*. Yogyakarta: Panduan. hlm.11

media massa. Konten yang berbeda hingga cara hidup berkembang media alternatif ini menjadi sisi menarik bagaimana media alternatif itu dapat hidup dan konsisten dalam mengabdikan informasi kepada masyarakat dengan cara mereka, pada *Warning Magazine* mengangkat isu musik dan politik sedangkan pada Radio Buku melalui edukasi yang diberikan melalui radio streaming bertema literasi.

Selain itu beberapa bentuk cara media alternatif lainnya seperti musik indie, majalah, radio streaming, *street art* (berupa *postering*), dan *zine* atau *fanzine* akan diekspos melalui bentuk audio visual yang ada di film dokumenter ini.

### **Sajian dan Analisis Data**

#### **a. Judul**

OPSI LAIN

#### **b. Lokasi**

Surakarta dan Jogjakarta

#### **c. Durasi**

25 Menit 48 Detik

#### **d. Segmentasi**

Masyarakat umum

#### **e. Film Statement**

Media alternatif muncul sebagai opsi lain dan jalan keluar bagi masyarakat ketika harus dihadapkan dengan permasalahan media yang ada kali ini terkait dengan informasi dan hubungannya konvergensi media. Sebagai sarana untuk memberikan jalan keluar, media alternatif merupakan pilihan yang diambil oleh beberapa pihak untuk menyuarakan dan menyebarkan informasi yang dirasanya tidak didapatkan di media massa kebanyakan saat ini. Semangat untuk bergerak dan memiliki media

mereka sendiri merupakan semangat yang diusung pihak-pihak pembuat media alternatif untuk memberikan penyikapan dan counter terhadap kondisi yang ada pada saat ini.

#### **f. Ringkasan Film**

##### **1. Opening**

Film ini dibuka dengan judul OPSI LAIN yang disertai dengan cuplikan suara-suara berita dari televisi yang menggambarkan keriuhan keadaan media yang ada.



Sumber: Dokumen Pribadi

##### **2. Sequence 1**

Media lokal kini dan permasalahan yang adaSequence ini akan menjelaskan mengenai bagaimana keadaan media yang ada sejak dahulu hingga akhirnya konglomerasi muncul dalam bisnis media.



Sumber: Dokumen Pribadi

*” Media, sebagai salah satu sarana dari penyalur informasi memiliki andil penting dalam terjadinya perubahan sosial. Koran, majalah, tabloid, radio dan televisi adalah bentuk-bentuk penyalur informasi yang dapat mengakibatkan pergeseran budaya itu terjadi Fungsi dan kegunaan media yang beragam sesuai dengan konteks dan jamannya serta kondisi masyarakat yang ada menjadi alasan bagaimana sebuah media itu dapat mengubah suatu budaya masyarakat.”*



Sumber: Dokumen Pribadi

*“Pasca era reformasi itu muncul, euforia dikalangan penerbitan media.*

*“Dulu kan orang hanya mengenal TVRI, RCTI, SCTV, kemudian muncul lagi, semua media muncul, yang paling drastis adalah media cetak. Tapi timbul kemudian surut dengan sendirinya, kepemilikan media surut dengan sendirinya di era reformasi surut kemudian sekarang, sampai sekarang. Nah, munculah di perjalanan itu dengan yang disebut sebagai konglomerasi media itu.”*

### 3. Sequence 2

Konten media dan konvergensi media. Sequence ini akan menjelaskan mengenai bagaimana perkembangan media yang berhubungan dengan konglomerasi dan berkaitan dengan konten terhadap publik



Sumber: Dokumen Pribadi

*“Berkembangnya kepemilikan media yang semakin banyak paska reformasi ternyata memunculkan dampak budaya baru dalam dunia bisnisnya. Fenomena politik-ekonomi baru tumbuh dalam sejarah dunia media massa indonesia. Iming-iming menarik dalam bentuk bisnis dan politis yang menjanjikan, membuat para pengusaha akhirnya berambisi untk memiliki bisnis media massanya sendiri.”*

#### 4. Sequence 3

Sequence ini menjelaskan mengenai media alternatif itu muncul sebagai reaksi yang muncul sebagai penyikapan permasalahan media yang terjadi dan deskripsi awal apakah itu media alternative Radio Buku Jogja dan Warning Magazine



Sumber: Dokumen Pribadi

*“Media alternatif kalo kita menyebutnya ke media independen ya, bahwa media-media yang memang diluar mainstream atau arus utama. Ini lebih dekat hubungannya dengan masyarakat, gitu, fungsinya yang utama adalah mengadvokasi masyarakat. Tentu saja masyarakat ini dalam lingkup perspektif masyarakat tertentu yang terwakili. Jadi tidak semua masyarakat. Ya, kalau dalam radio buku kita mendekatkan diri kepada masyarakat literasi.”*



Sumber: Dokumen Pribadi

*“Jadi awalnya aku ngikutin, awalnya membenci ya, membenci media, kita membenci media blab la blab la. Terus kemudian, baca ada slogan tuh, yang ditulis Jello Biafra. Don't Hate Media, be the media.*

*Terus kupikir, wah ini yang paling kongkrit ini, kalo kita sebel doang itu, kita nggak mengubah apapun gitu, akhirnya ya cobalah kita buat, aku buat, gitu. Itu jadilah salah cetax yang isinya, musik dan politik”*



Sumber: Dokumen Pribadi

*“Selama ini belum pernah ada, eh, media yang secara khusus memfasilitasi buku, gitu ya. Nah, mungkin beberapa di media lain hanya sebagai sempilan-sempilan gitu ya. Nah tetapi kalo kita, di sini mengkhususkan mengabdikan diri kepada buku, eh dan seluruh aktivitas-aktivitas literasi.*

*Kita memberikan ruang eh, se hormat-hormatnya, seluas-luasnya, eh aktivitas literasi dan juga buku gitu. Buku apapun kita fasilitasi di sini. Mendapatkan tempat yang se hormat-hormatnya. Jadi, tidak ada buku yang, kita usir di sini, istilahnya begitu.”*

#### 5. Sequence 4

Perbedaan media alternatif dibandingkan dengan media komersil, dan kenapa hal ini dapat menjadi pilihan lain bagi masyarakat Pola manajemen media alternatif dalam orang-orang yang bergiat di dalamnya. Pada bagian ini akan dibahas mengenai kesulitan yang dihadapi oleh Warning Magz dan Radio Buku sebagai media alternatif.



Sumber: Dokumen Pribadi

*“Karena, warning kan semuanya mahasiswa ya, gitu. Semua mahasiswa, dan kita pakai logika membangun media, bukan bekerja di media. Ketika pola-pola kerja umum adalah kita data, kita ke kantor nah, kita mau nulis apa nih, kan nunggu perintah dari pimred ya. Bedanya di warning kira dating, ah, setiap awak itu akan menyampaikan sendiri pengen nulis apa gitu.*



*Dan bahkan di awal-awal itu kita, buat nerbitin majalah, kita sumbangan semua, sumbang, uang saku apa segala apa yang disumbangin , kita jual marchandise apa segala macam untuk menghidupin majalah ini.*

*Kita berulang kali di dukung orang. Jadi ada beberapa orang ingin membaca warning dan dia tau, dia paham media warning itu, media independen. Dia tahu susahnyanya. Kemudian dia datang, memberikan dana waktu itu. Untuk bantuan dana.*

*Sini, aku mau majalah itu tetap ada. Dan itu nggak Cuma satu orang, aku ketemu beberapa orang, yang sebelumnya belum kenal. Itu karena dia baca, dia kaget, karena isinya mahasiswa semua. Kemudian di kasih itu apa coba gitu, itu beberapa orang.*

*Sama pada perjalanannya kita sempet beberapa kali pengen dibeli gitu, pengen dibeli yaudah ini, warning dibubarin, kamu ikut aku. Itu satu, ada lagi yang yaudah warningnya dibeli dan segala macam. Tapi kemudian, masih aku tolak, gitu ya, walaupun jumlahnya, Waktu itu tahun kedua gitu ya. 100 juta lah waktu itu. Ya bagiku itu gede, walaupun kebanyakannya orang bilang, aah, 100 juta kecil. Tapi bagiku yang, wah 100 juta nih gila, misalkan aku ambil terus aku bikin lagi. Tapi aku, waktu itu tetep aku tolak ya, karena mungkin, ego masih muda ya. Hehe.”*



Sumber: Dokumen Pribadi

*“Kita memang soal, apa namanya, soal, dana memang cukup agak kerepotan ya. Tetapi, kita masih bisa tahan untuk sekian tahun, berarti, kita juga masih akan tahan untuk seterusnya gitu. Nah, sifat temen-temen di sini adalah volunteer, jadi tidak ada yang... eeh, memiliki, gaji bulanan ya memang, nah maka dengan itu kita kemudian, membuat atau mencari aktivitas-aktivitas eh, yang profit tapi di luar konteks radio buku.”*

## 6. Closing

Film ini akan ditutup dengan closing statement mengenai keberlangsungan media alternatif dan narasi mengenai keberlanjutan aktivisme media alternatif kelak di lain hari.



Sumber: Dokumen Pribadi

*“Berbagai jenis fenomena media alternatif ini sebenarnya bukan hal baru di Indonesia. Sejak jaman perang kemerdekaan media alternatif sudah muncul di masyarakat sebagai usaha perjuangan.*

*Media-media ini akan selalu muncul dari berbagai macam bentuk, dan sesuai dengan pola masyarakat yang ada.*

*Pergerakan media alternatif akan selalu beriringan sebagai kultur sampingan dari kondisi media yang terjadi. Mereka akan muncul dari pihak yang tidak puas atau berlawanan untuk menginformasikan apa yang pada media massa mainstream tidak diberitakan.*

*Dan meskipun pada sebuah kasus media tersebut mati atau hilang nantinya, media alternatif lainnya akan tumbuh lagi dalam berbagai cara, bentuk dari orang atau komunitas lainnya yang sadar akan kondisi sosial yang ada.”*

## **Kesimpulan**

Media alternatif yang merupakan subkultur media dan kondisi yang terjadi, muncul sebagai sebuah reaksi yang ada. Media-media ini bisa saja berasal dari komunitas, orang, yayasan, maupun organisasi-organisasi yang tergabung. Adanya Media alternatif ini dalam “OPSI LAIN” sesuai dengan judulnya, dapat memberikan gambaran baru mengenai bagaimana penyikapan kita terhadap kondisi yang ada di sekitar kita.

Bentuk dan penyikapan yang menarik ini diharapkan dapat kemudian disambut dan dukungan oleh masyarakat yang ada. Hal ini agar ketika sebuah masyarakat ini memiliki sikap peduli, walaupun itu dalam cara yang paling sederhana, dapat berarti bagi manusia lainnya.

Melalui media alternatif pula ini, dapat disimpulkan juga bahwa, kritik-kritik terhadap media yang ada ini seharusnya dapat menjadi peringatan bagi korporat-korporat media, untuk lebih berhati-hati dalam pengelolaannya. Masyarakat bisa juga berlaku sebagai pengawas dari kondisi publisitas yang ada.

### **Saran**

Agar terciptanya tujuan baik dari film ini yang berkaitan dengan media massa yang ada di Indonesia terdapat beberapa harapan antara lain:

1. Hendaknya, hal ini, kepedulian terhadap kondisi media dan terkhusus media alternatif ini dapat ditindaklanjuti atau diperdalam. Skenario ini belum terlalu populer dikalangan dunia jurnalistik akademik, belum ada kepedulian yang cukup mengenai kondisi media-media ini dan bentuk-bentuk postmodifikasinya yang terjadi.
2. Sebagai bentuk dari hasil budaya kreatifitas, pemerintah dapat memberikan pula kepedulian yang cukup kepada komunitas-komunitas yang berkaitan dengan subkultur media.
3. Masyarakat diharapkan terpacu dan terinspirasi untuk membuat hal yang sama atau yang ada pada isian film setelah melihat film dokumenter ini.

### **Daftar Pustaka**

- Agustin, U. (Sutradara). (2013). *Dibalik Frekuensi (Dokumenter)* [Gambar Hidup]. Dipetik November 23, 2016
- Dr. Heri Budianto, S. M. (2011). *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Effendy, H. (2002). *Mari Membuat Film*. Yogyakarta: Panduan.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Lim, M. (2012). The league of thirteen . *Media Concentration in Indonesia*, 5.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muktiyo, D. W. (2014). *Dinamika Media Lokal Dalam Mengkonstruksi Realitas Budaya Lokal Sebagai Sebuah Komoditas*. Surakarta: UNS PRESS.
- Mursito , B, M. (2012). *Realtias Media*. Solo: Smart Media.

- Morrison. (2013). *Teori Komunikasi Massa: Dari Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurudin. (2004). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran bagian Menimbang Poin A.
- Siregar, A. E., & dkk. (2010). *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta: Total Media.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (1996). *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakaryaaa.